

# L'Osservatorio Findomestic · Mensile



Il clima di fiducia  
e le intenzioni di acquisto  
degli italiani

**INDAGINE  
APRILE  
2017**





# COMUNICATO STAMPA

MILANO, 3 APRILE 2017

**In Italia nascono sempre meno figli: nel 2016 nuovo minimo storico delle nascite.**

**Per il 63% degli italiani i motivi principali sono la crisi economica e la mancanza di lavoro (63%); per uno su 2 (51%) lo Stato non supporta adeguatamente le famiglie con figli.**

**Oltre alle spese primarie (alimentazione/salute, istruzione e abbigliamento), gli acquisti per i figli che incidono di più sui bilanci familiari sono quelli legati a sport, cellulare e tempo libero.**

**Il 51% degli Italiani ha almeno un animale domestico: cani e gatti sono gli animali maggiormente presenti.**

**Per gli animali domestici si spendono in media €45 al mese.**

**Gli italiani si prendono cura dei propri animali: l'87% dei proprietari di cani e gatti li fa visitare e vaccinare regolarmente. Il 44% dei proprietari di cani e gatti li considera come figli.**

**I mercati dei beni durevoli:**

**in aumento la propensione all'acquisto per i comparti di mobilità, tempo libero e casa. Segno positivo anche per i segmenti dell'elettronica di consumo, elettrodomestici e infissi/serramenti. In calo le intenzioni di acquisto per telefonia, fotografia e prodotti informatici.**

**Gli indicatori di sentiment registrano una crescita sia per la soddisfazione degli italiani per la propria condizione personale che per la situazione del Paese.**

In Italia continua il calo delle nascite. L'Istat ha rilasciato gli ultimi dati demografici relativi al 2016 che confermano la tendenza alla diminuzione: il livello minimo delle nascite del 2015 (486 mila) è superato da quello del 2016 (474 mila).

Secondo il campione di intervistati, i motivi per cui in Italia si fanno sempre meno figli sono la crisi economica e la mancanza di lavoro (63%); per un italiano su 2 (51%) lo Stato non supporta adeguatamente le famiglie con figli. Per un terzo

del campione (34%) il calo delle nascite è da imputare al fatto che le donne che lavorano hanno difficoltà a conciliare casa e lavoro (percentuale che sale al 44% tra le donne intervistate); altrettanti (33%) affermano che i servizi all'infanzia sono pochi e cari. All'interno del campione, il 63% degli intervistati ha almeno un figlio. Nella maggior parte dei casi (88%) in famiglia ci sono al massimo 2 figli; solo il 12% dei rispondenti ha 3 o più figli.

Tralasciando le spese "necessarie", quelle legate all'alimentazione/salute, istruzione e abbigliamento, le voci di spesa legate ai figli che incidono maggiormente sul bilancio familiare sono: attività sportive (citate dal 38% del campione, con una spesa media mensile pari a €74), telefono cellulare (37% con una spesa media mensile pari a €31), attività di svago come cinema, uscite con gli amici (29% con una spesa media mensile pari a €72), libri, sia cartacei che digitali (voce citata dal 25% del campione e per la quale si spendono in media €49 al mese) e infine giochi/giocattoli



# COMUNICATO STAMPA

MILANO, 3 APRILE 2017

tradizionali (citati dal 22% degli intervistati e per i quali si sostiene una spesa media mensile di €38). Ovviamente la rilevanza delle singole voci di spesa varia con l'età dei figli. Ad esempio, per le famiglie con bambini molto piccoli (1-3 anni ma anche 3-5 anni) i giocattoli sono la voce che raccoglie maggiori citazioni (rispettivamente 70% e 62%). Nelle famiglie con figli di età compresa tra i 6 e i 17 anni è invece rilevante la spesa legata alle attività sportive. A partire dal compimento dei 13 anni, la spesa che i genitori indicano come più rilevante è quella legata al telefono cellulare.

Oltre a queste spese, il 31% degli intervistati con figli dichiara di dare la paghetta settimanale ai propri figli. Se fino ai 13 anni prendono la paghetta meno di 3 ragazzi su 10, dai 13 a i 17 anni ricevono la paghetta 1 su 2 (53%). Dopo i 18 anni sono 4 ragazzi su 10 a riceverla. Anche la paghetta varia in funzione dell'età dei figli: si va dai € 20 a settimana per i più giovani (6-12enni) ai € 27 per gli adolescenti (13-17 anni)

e infine ai € 42 in media a settimana per i figli maggiorenni.

Il 51% degli intervistati, inoltre, ha almeno un animale domestico. Cani e gatti sono gli animali maggiormente presenti nelle case degli italiani (rispettivamente 58% e 55%) – soprattutto dove ci sono anche dei bambini – ma non mancano anche pesci (12%), uccelli (7%), conigli/criceti (7%) e tartarughe (5%). Per gli animali domestici si spendono in media €45 al mese; si spende di più per i cani (€50) e i gatti (€49). Gli italiani si prendono cura dei propri animali: l'87% dei proprietari di cani e gatti li fa visitare e vaccinare regolarmente. Solo il 28% di chi ha un animale però lo porta con sé in vacanza (ma per i cani la percentuale sale al 38%); la maggior parte (58%) preferisce affidarli alle cure di amici, parenti e vicini. Un altro 12% paga una struttura specializzata o persone che si occupino di loro durante le vacanze. Per il 56% dei proprietari di animali domestici quando si deve scegliere la struttura ricettiva in cui trascorrere la vacanza

conta l'accoglienza che alberghi/b&b/agriturismi riservano ai propri animali. Questo vale soprattutto per i proprietari di cani: il 71% di essi sceglie la struttura in cui soggiornare in base alla possibilità di portare con sé i propri amici a quattro zampe. Infine, il 66% degli intervistati ritiene che per quanto si possa voler bene a un cane o a un gatto, rimane pur sempre un animale. Tuttavia, tra i proprietari di cani e gatti il 44% li considera come "figli" (contro il 34% del totale campione).

Per quanto riguarda il sentiment, la soddisfazione degli italiani per la propria condizione personale e per la situazione del Paese sono in crescita rispetto al mese scorso.

## I MERCATI

### **I veicoli: cresce l'intenzione d'acquisto per l'intero comparto.**

La propensione all'acquisto di automobili nuove passa da 11,7% a 13,0% (+1,3%) e la spesa media che si intende sostenere è di 18.691



# COMUNICATO STAMPA

MILANO, 3 APRILE 2017

euro. In aumento anche il segmento dei motocicli (da 5,5% a 6,6%) per un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 3.240 euro, a cui segue una crescita nel comparto delle auto usate (da 9,2% a 10,0%) con una spesa di 6.076 euro.

## **Casa e arredamento: trend positivo per tutti i segmenti del settore.**

I dati del settore casa/appartamento registrano un segno positivo (da 5,9% a 6,0%); crescono anche i mobili (da 21,1% a 21,4%) con una previsione in termini di spesa che si attesta a 2.250 euro. Buona percentuale di crescita (+1,8%) per il segmento dei progetti di ristrutturazione che passa dal 13,4% a 15,2%.

## **Informatica, telefonia e fotografia: calo dell'intenzione d'acquisto per l'intero comparto.**

Il segmento della telefonia registra una diminuzione nelle intenzioni d'acquisto che

passa dal 23,8% al 23,7%; seguono, sempre in calo, il settore della fotografia -0,5% (da 12,4% a 11,9%), quello di tablet/e-book -0,1% (da 13,4% a 13,3%) e nel segmento di PC ed accessori -0,9% (da 22,0% al 21,1%). La previsione in termini di spesa per i beni del settore va dai 316 euro per foto e videocamere ai 521 euro per un PC.

## **Elettrodomestici: lieve calo per il segmento dei piccoli elettrodomestici. Percentuali in crescita per il resto del settore.**

Contrazione nell'intenzione di acquisto dei piccoli elettrodomestici (-0,3%) con un valore in termini di previsione di spesa di 192 euro. I grandi elettrodomestici, invece, crescono di +0,6 punti percentuali (da 19,1% a 19,7%) per 777 euro; segue il comparto dell'elettronica di consumo +0,2% (da 21,0% a 21,2%) con 513 euro.

## **Efficienza energetica: il comparto registra un andamento altalenante. In crescita i segmenti di infissi/serramenti e impianti solari termici; in calo gli impianti fotovoltaici e le caldaie a**

## **risparmio energetico.**

Si registra una contrazione per gli impianti fotovoltaici -0,4% (da 6,0% a 5,6%) con un controvalore in termini di previsione di spesa che ammonta a 6.604 euro. Segue, sempre in calo, il segmento delle caldaie a risparmio energetico -0,1% (da 9,0% a 8,9%) per 1.455 euro. In crescita, invece, i segmenti di infissi/serramenti +1,5% (da 10,6% a 12,1% per 2.632 euro) e impianti solari termici +0,1% (da 4,7% a 4,8% per 4.544 euro)

## **Tempo Libero: trend positivo per tutto il settore.**

Gli intervistati si dimostrano propensi all'acquisto di attrezzature fai-da-te (+1,8%) che registrano una crescita che va dal 27,4% al 29,2%. Segno positivo anche per il settore di viaggi/vacanze che guadagna +2,6 punti percentuali (da 46,4% a 49,0%) e attrezzature/abbigliamento sportivi (+0,6%) dove si passa da un 23,9% ad un 24,5%.



## LA SINTESI DEI TREND

|   |  | CONFRONTO<br>FEB 2017   | CONFRONTO<br>MAR 2016   |
|---|--|---|---|
|    | <b>SENTIMENT</b>                                   | La soddisfazione per la situazione personale registra una lieve crescita sia a livello congiunturale che tendenziale. In lieve crescita rispetto al mese scorso la soddisfazione nei confronti della situazione del Paese, mentre risulta in calo rispetto a marzo 2016.                                |       |
|    | <b>VEICOLI</b>                                     | Nel complesso il mercato dei veicoli è in crescita sia a livello congiunturale che tendenziale. Fanno eccezione gli intenzionati ad acquistare auto nuove per i quali si registra un lieve calo rispetto ad un anno fa.   |       |
|    | <b>CASA</b>  | Rispetto al mese scorso il comparto «casa» è in crescita, crescono soprattutto gli intenzionati a ristrutturare casa. Rispetto ad un anno fa il comparto «casa» è in calo, più marcatamente per gli intenzionati ad acquistare mobili.  |       |
|    | <b>INFORMATICA,<br/>TELEFONIA<br/>E FOTOGRAFIA</b> | Continua il trend negativo del comparto «informatica, telefonia e fotografia»: si registra un calo sia a livello congiunturale che a livello tendenziale. Rispetto a marzo 2016 calano soprattutto gli intenzionati ad acquistare PC e tablet.  |       |
|    | <b>ELETTRODOMESTICI</b>                            | Rispetto al mese scorso calano gli intenzionati ad acquistare piccoli elettrodomestici, mentre sono in crescita gli intenzionati ad acquistare grandi elettrodomestici ed elettronica di consumo. Segno negativo rispetto a marzo 2016 per tutto il comparto, segnatamente per grandi elettrodomestici. |       |
|  | <b>EFFICIENZA<br/>ENERGETICA</b>                   | A livello congiunturale segno positivo per impianti solari termici e infissi/ serramenti. Per questi ultimi segno positivo anche a livello tendenziale, mentre registrano un lieve calo gli intenzionati ad acquistare stufe a pellet e impianti solari termici.  |   |
|  | <b>TEMPO<br/>LIBERO</b>                            | Prosegue il trend positivo, sia a livello congiunturale che tendenziale, degli intenzionati a fare qualche giorno di vacanza complici anche i «ponti di Primavera». Il «fai da te» e le attrezzature sportive registrano un segno positivo rispetto a febbraio ma sono in calo rispetto ad un anno fa.  |   |



# SCENARIO ECONOMICO

# SCENARIO ECONOMICO

## PIL



| 2015  | 2016  |
|-------|-------|
| +0,8% | +0,7% |

Il PIL italiano è cresciuto dello 0,8% nel 2015. Nel 2016 il prodotto interno lordo è aumentato dello 0,7%.

## TASSO DI DISOCCUPAZIONE



|                           | 2015<br>dic | 2016<br>dic | 2017<br>gen |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Overall                   | 11,4%       | 12,0%       | 11,9%       |
| Giovanile<br>(15-24 anni) | 37,9%       | 40,1%       | 37,9%       |

La disoccupazione totale aumenta di 0,5 p.p. rispetto a dicembre 2015 e cala di 0,1 p.p. rispetto al mese precedente. La disoccupazione giovanile cala di 2,2 p.p. a livello congiunturale ed è stabile rispetto a dicembre 2015.

## CONSUMO BENI DUREVOLI



| 2015  | 2016  |
|-------|-------|
| +6,9% | +6,4% |

I consumi di beni durevoli sono cresciuti del 6,9% nel 2015 rispetto all'anno precedente. Nel 2016 si registra un'ulteriore crescita del 6,4% rispetto all'anno precedente.

## INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO



| 2016  | 2017<br>feb (M-1) |
|-------|-------------------|
| -0,1% | +0,4%             |

Nel 2016 il tasso di inflazione medio annuo è stato pari a -0,1%. Nel mese di febbraio 2017 l'indice dei prezzi al consumo registra un aumento dello 0,4% rispetto al mese precedente.

Fonte: Istat / Prometeia



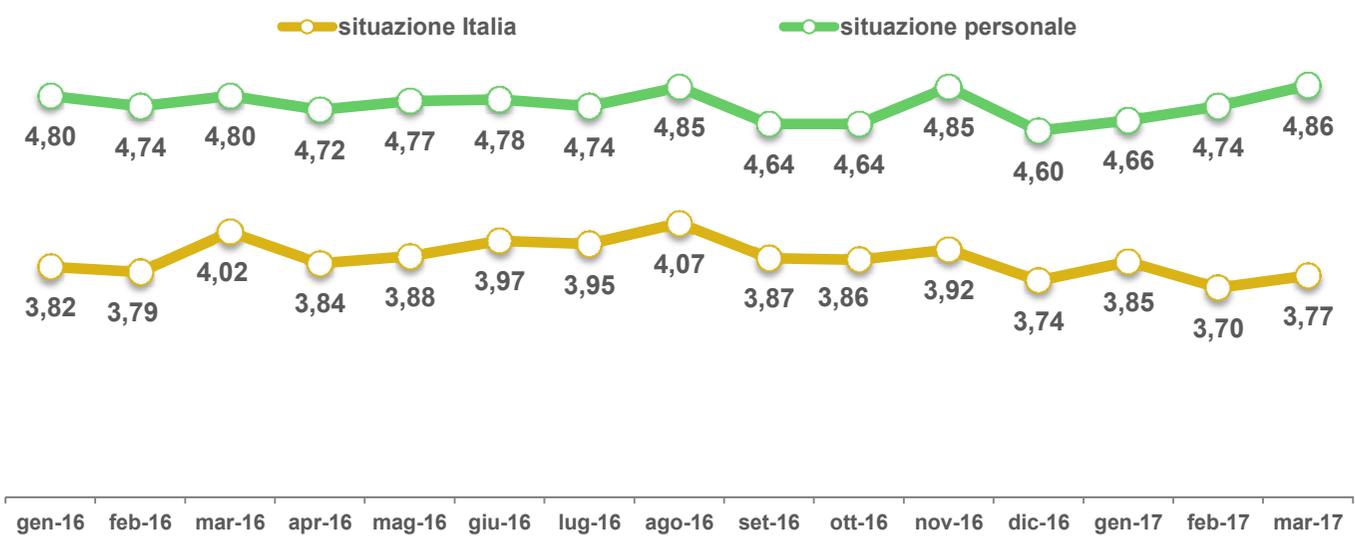
**SENTIMENT**



# SENTIMENT



In che misura sei soddisfatto/a della situazione italiana nel suo complesso (economica, politica, sociale)?  
E della tua condizione economica? Voto medio: scala da 1 a 10



|  | CONFRONTO FEB 2017 | CONFRONTO MAR 2016 |
|--|--------------------|--------------------|
|  | <br>+0,1           | <br>+0,1           |
|  | <br>+0,1           | <br>-0,3           |

Base: totale campione (502). Dato su base wave di marzo



# INTENZIONI D'ACQUISTO

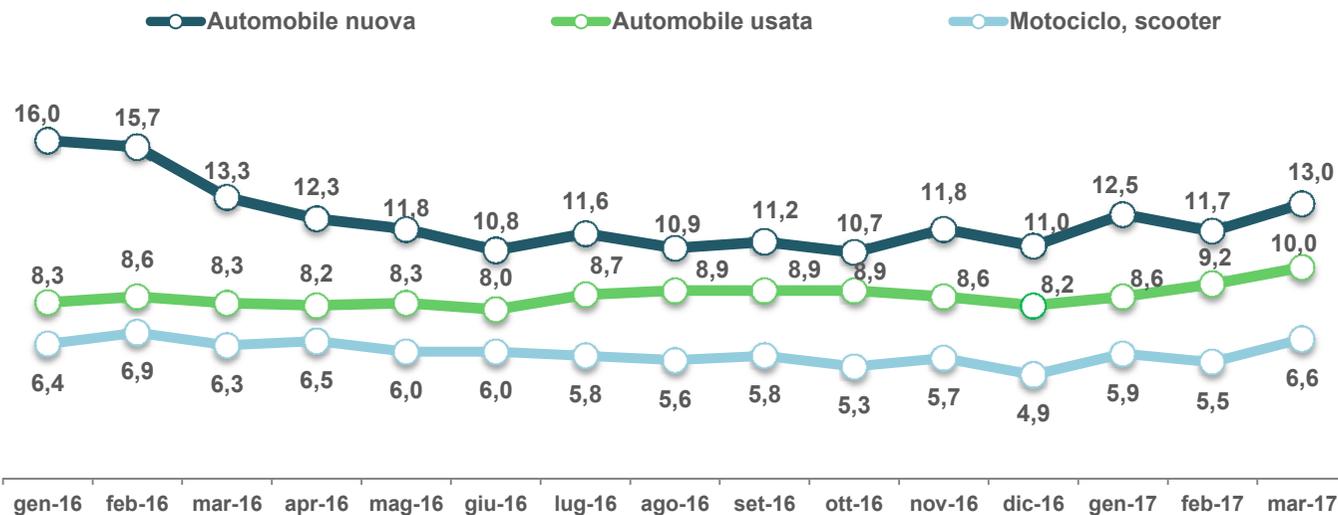


# MERCATO VEICOLI



**Pensi di acquistare un'automobile nuova/un'automobile usata/un motociclo nei prossimi 3 mesi?**  
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO  
FEB 2017

CONFRONTO  
MAR 2016

|  |                  |                  |
|--|------------------|------------------|
|  |                  |                  |
|  | <b>+1,3 P.P.</b> | <b>-0,3 P.P.</b> |
|  |                  |                  |
|  | <b>+0,8 P.P.</b> | <b>+1,7 P.P.</b> |
|  |                  |                  |
|  | <b>+1,1 P.P.</b> | <b>+0,3 P.P.</b> |



**Quanto pensi di spendere per questo acquisto?**



18.691€



6.076€



3.240€

Base: % pensano di acquistare il bene

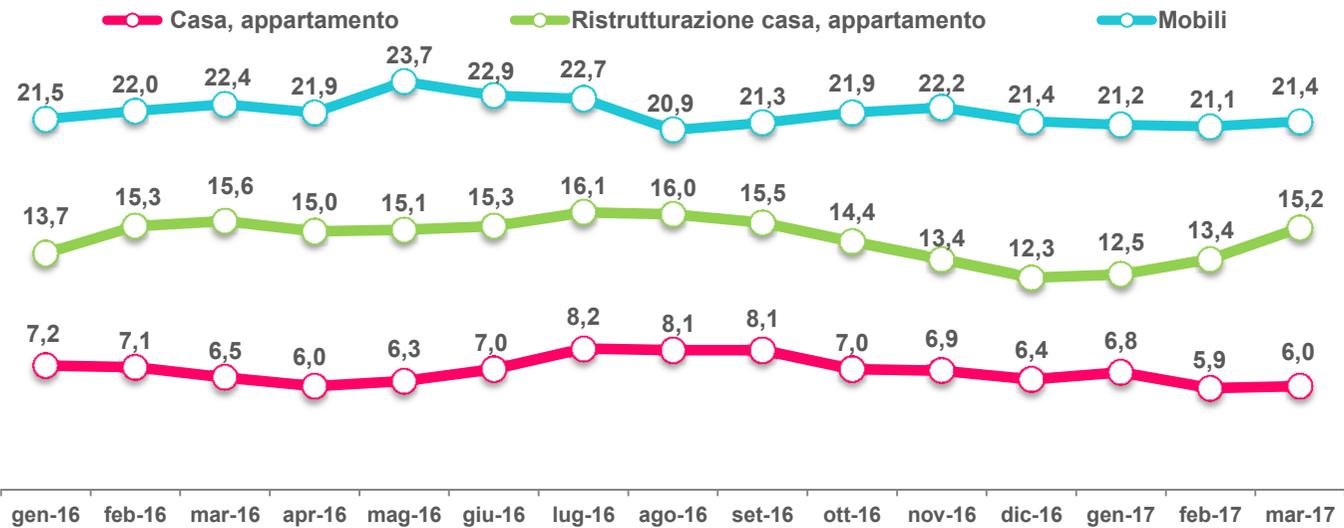


# CASA



**Pensi di acquistare una casa/appartamento o di ristrutturare casa/appartamento o di acquistare mobili nei prossimi 3 mesi?**  
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO  
FEB 2017

CONFRONTO  
MAR 2016



**+0,3 P.P.**

**-1,0 P.P.**



**+1,8 P.P.**

**-0,4 P.P.**



**+0,1 P.P.**

**-0,5 P.P.**



**Quanto pensi di spendere per questo acquisto (mobili)?**



**2.250€**

Base: % pensano di acquistare il bene

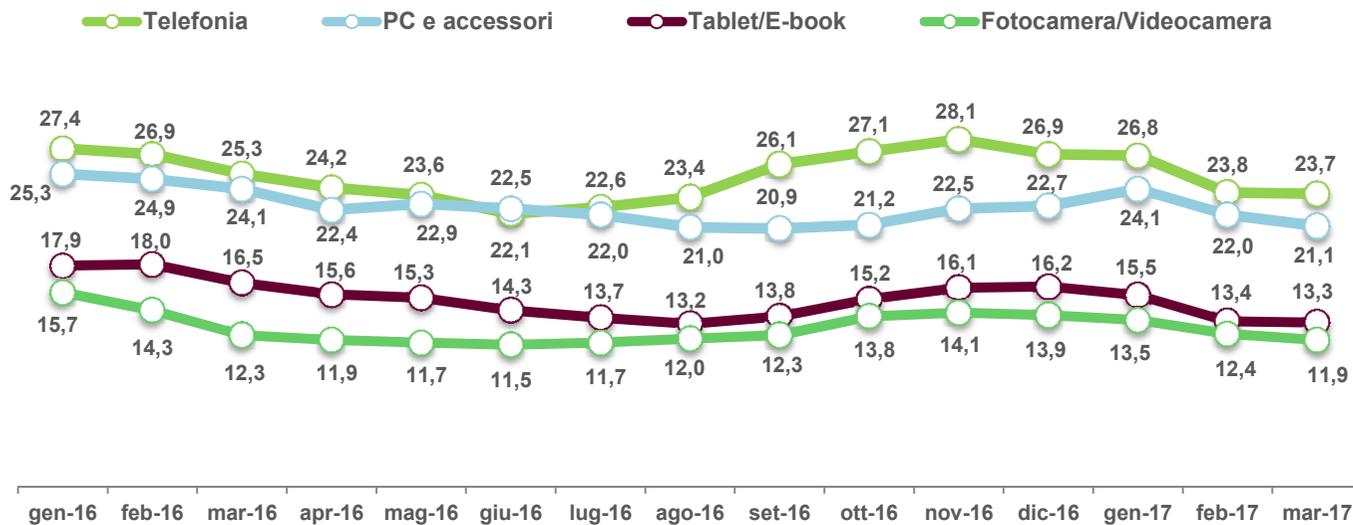


# INFORMATICA, TELEFONIA E FOTOGRAFIA



Pensi di acquistare un telefono cellulare/smartphone o PC portatile/fisso/stampanti, tablet/ebook o una fotocamera/videocamera nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO FEB 2017      CONFRONTO MAR 2016

|  |           |           |
|--|-----------|-----------|
|  | ↓         | ↓         |
|  | -0,1 P.P. | -1,6 P.P. |
|  | ↓         | ↓         |
|  | -0,9 P.P. | -3,0 P.P. |
|  | ↓         | ↓         |
|  | -0,1 P.P. | -3,2 P.P. |
|  | ↓         | ↓         |
|  | -0,5 P.P. | -0,4 P.P. |



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



338€



521€



281€



316€

Base: % pensano di acquistare il bene

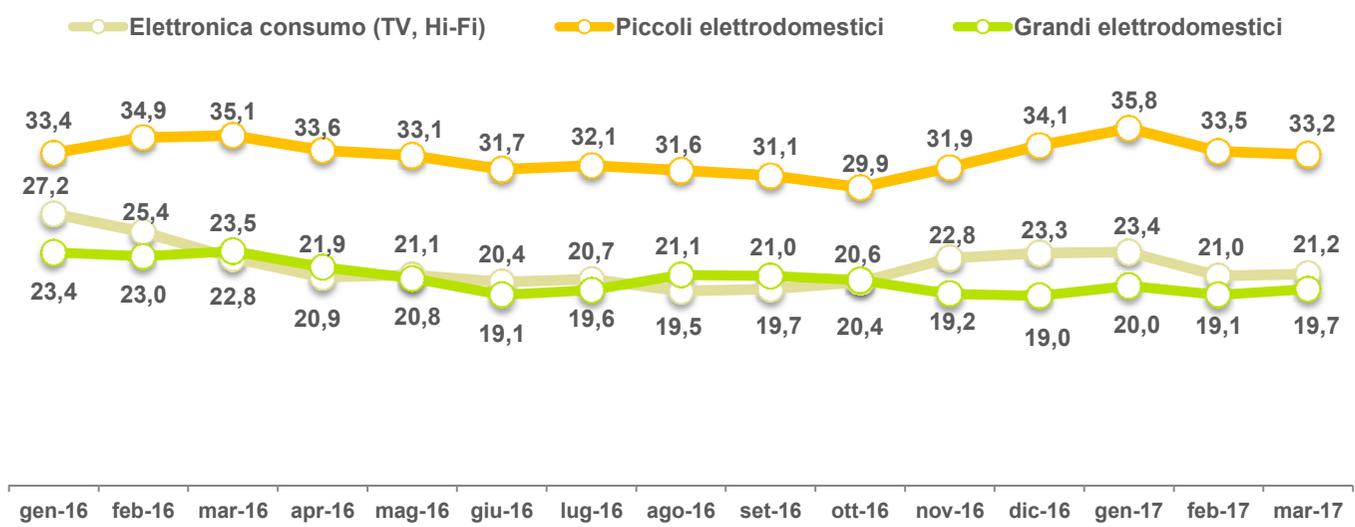


# ELETTRODOMESTICI



**Pensi di acquistare elettronica di consumo (TV, Hi-Fi), elettrodomestici bianchi o piccoli elettrodomestici nei prossimi 3 mesi?**  
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO FEB 2017      CONFRONTO MAR 2016

|  |           |           |
|--|-----------|-----------|
|  |           |           |
|  | -0,3 P.P. | -1,9 P.P. |
|  |           |           |
|  | +0,2 P.P. | -1,6 P.P. |
|  |           |           |
|  | +0,6 P.P. | -3,8 P.P. |



**Quanto pensi di spendere per questo acquisto?**



192€



513€



777€

Base: % pensano di acquistare il bene

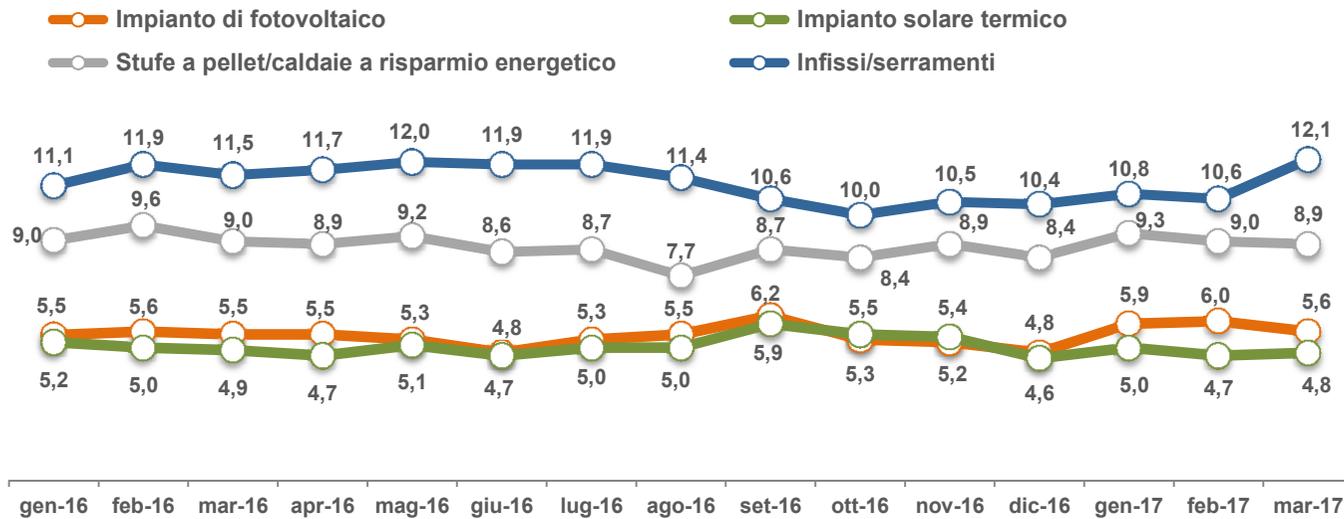


# EFFICIENZA ENERGETICA



**Pensi di acquistare un impianto fotovoltaico, un impianto solare termico, stufe a pellet o infissi/serramenti nei prossimi 3 mesi?**  
% sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO FEB 2017      CONFRONTO MAR 2016

|  |  |           |  |           |
|--|--|-----------|--|-----------|
|  |  | +1,5 P.P. |  | +0,6 P.P. |
|  |  | -0,1 P.P. |  | -0,1 P.P. |
|  |  | -0,4 P.P. |  | +0,1 P.P. |
|  |  | +0,1 P.P. |  | -0,1 P.P. |



**Quanto pensi di spendere per questo acquisto?**



2.632€



1.455€



6.604€



4.544€

Base: % pensano di acquistare il bene

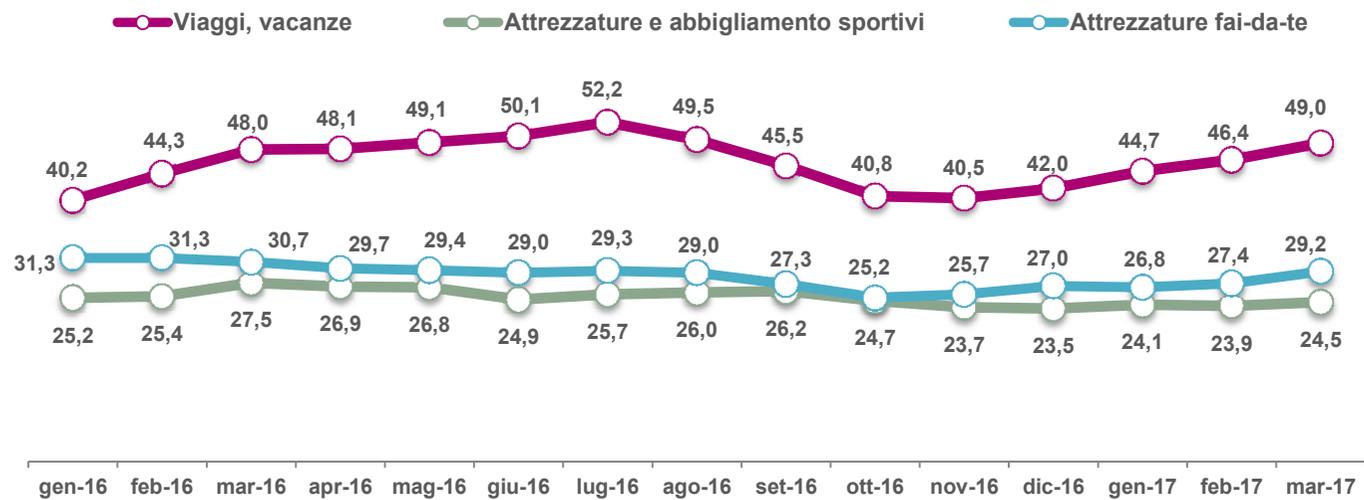


# TEMPO LIBERO



Pensi di fare un viaggio/vacanza o di acquistare attrezzature sportive e/o abbigliamento sportivo o attrezzature fai-da-te per casa o giardino nei prossimi 3 mesi? % sicuramente sì / probabilmente sì

Base: totale campione. Dato rolling



CONFRONTO  
FEB 2017

CONFRONTO  
MAR 2016



+2,6 P.P.



+1,0 P.P.



+1,8 P.P.



-1,5 P.P.



+0,6 P.P.



-3,0 P.P.



Quanto pensi di spendere per questo acquisto?



1.370€

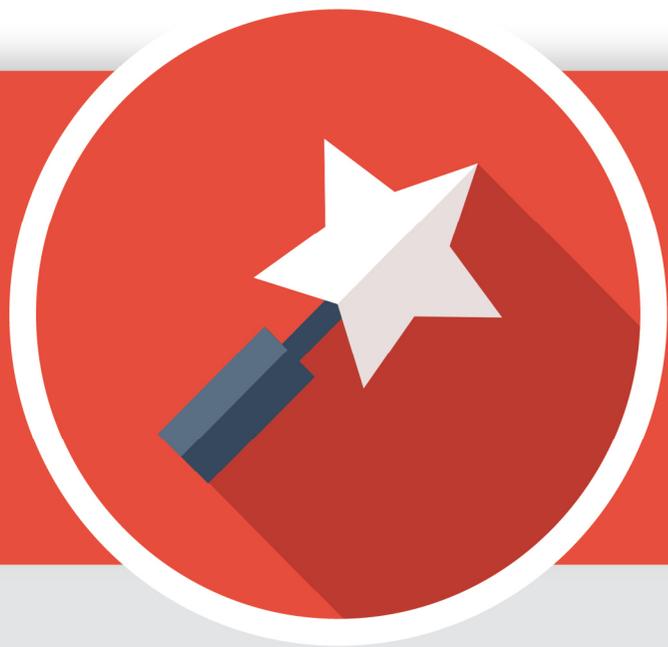


216€



251€

Base: % pensano di acquistare il bene



# ARGOMENTO DEL MESE



## LE SPESE DEGLI ITALIANI PER I FIGLI E I «PET»

MILANO, 3 APRILE 2017

### IN ITALIA NASCONO SEMPRE MENO FIGLI: NEL 2016 NUOVO MINIMO STORICO DELLE NASCITE

In Italia continua il calo delle nascite. L'Istat ha rilasciato gli ultimi dati demografici relativi al 2016 che confermano la tendenza alla diminuzione: il livello minimo delle nascite del 2015 (486mila) è superato da quello del 2016 con 474mila.

Abbiamo chiesto al nostro campione di intervistati quali sono secondo loro i **motivi per cui in Italia si fanno sempre meno figli**. Per il **63%** è colpa della **crisi economica** e della **mancanza di lavoro**; per un italiano su 2 (**51%**) **lo Stato non supporta adeguatamente le famiglie con figli**. Per un terzo del campione (**34%**) **le donne che lavorano hanno difficoltà a conciliare casa e lavoro** (percentuale che sale al 44% tra le donne intervistate) e altrettanti (**33%**) affermano che **i servizi all'infanzia sono pochi e cari**. All'interno del nostro campione, il 63% degli intervistati ha almeno un figlio.

Nella maggior parte dei casi (88%) in famiglia ci sono al massimo 2 figli; solo il 12% dei rispondenti ha 3 o più figli.

### SPORT, CELLULARE E TEMPO LIBERO: LE SPESE PER I FIGLI CHE INCIDONO DI PIÙ SUI BILANCI FAMILIARI

Tralasciando le spese "necessarie", quelle legate all'alimentazione/salute, istruzione e abbigliamento, le voci di spesa legate ai figli che incidono maggiormente sul bilancio familiare sono: **attività sportive** (citate dal **38%** del campione, con una spesa media mensile pari a **€74**), **telefono cellulare** (**37%** con una spesa media mensile pari a **€31**), attività di **svago** come cinema, uscite con gli amici (**29%** con una spesa media mensile pari a **€72**), **libri**, sia cartacei che digitali (voce citata dal **25%** del campione e per la quale si spendono in media **€49** al mese) e infine **giochi/giocattoli tradizionali** (citati dal **22%** degli intervistati e per i quali si sostiene una spesa media mensile di **€38**). Ovviamente la rilevanza

delle singole voci di spesa varia con l'età dei figli. Ad esempio, per le famiglie con bambini molto piccoli (1-3 anni ma anche 3-5 anni) i giocattoli sono la voce che raccoglie maggiori citazioni (rispettivamente 70% e 62%). Nelle famiglie con figli di età compresa tra i 6 e i 17 anni è invece rilevante la spesa legata alle attività sportive. A partire dal compimento dei 13 anni, la spesa che i genitori indicano come più rilevante è quella legata al telefono cellulare.

### PAGHETTA SETTIMANALE AI PROPRI FIGLI? SÌ PER 1 SU 3. DAI 20 AI 42 EURO A SETTIMANA PER CIASCUN FIGLIO

Oltre a queste spese, il **31%** degli intervistati con figli dichiara di dare la paghetta settimanale ai propri figli. Se fino ai 13 anni prendono la paghetta meno di 3 ragazzi su 10, dai 13 a i 17 anni ricevono la paghetta 1 su 2 (53%). Dopo i 18 anni sono 4 ragazzi su 10 a riceverla. Anche la paghetta varia in funzione dell'età dei figli: si va



## LE SPESE DEGLI ITALIANI PER I FIGLI E I «PET»

MILANO, 3 APRILE 2017

dai € 20 a settimana per i più giovani (6-12enni) ai € 27 per gli adolescenti (13-17 anni) e infine ai € 42 in media a settimana per i figli maggiorenni.

### 1 ITALIANO SU 2 HA UN ANIMALE DOMESTICO. CANI E GATTI I PIÙ AMATI

Il **51%** degli intervistati ha almeno un animale domestico. **Can**i e **gatti** sono gli animali maggiormente presenti nelle case degli italiani (rispettivamente **58%** e **55%**) – soprattutto dove ci sono anche dei bambini – ma non mancano anche **pes**ci (**12%**), **uccelli** (**7%**), **conigli/criceti** (**7%**) e **tartarughe** (**5%**).

Per gli animali domestici si spendono in media **€45** al mese; si spende di più per i cani (**€50**) e i gatti (**€49**).

Gli italiani si prendono cura dei propri animali: l'**87%** dei proprietari di cani e gatti li fa **visitare e vaccinare regolarmente**.

### IN VACANZA CON I PROPRI ANIMALI? SÌ SOLO PER IL 28%

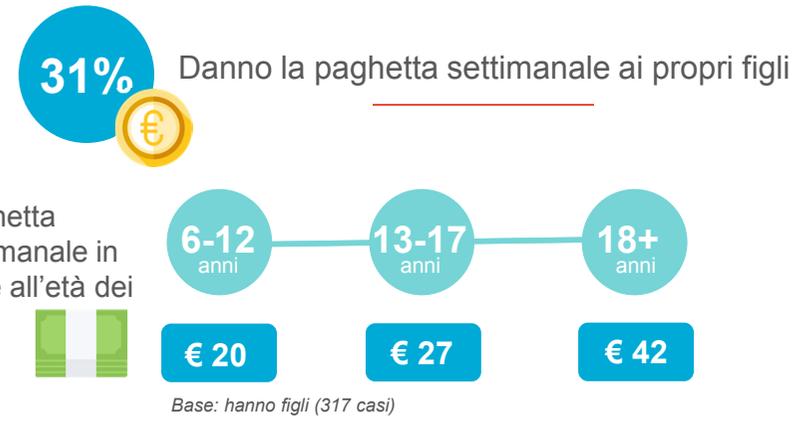
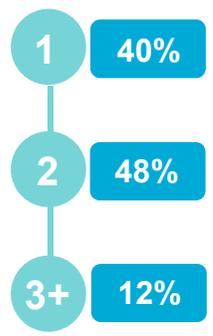
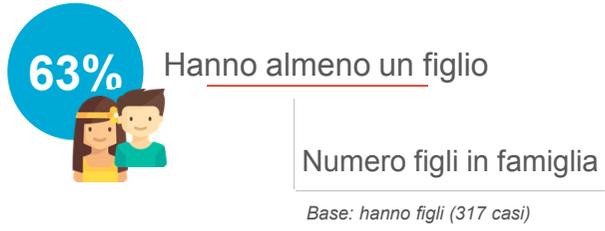
Solo il **28%** di chi ha un animale lo porta con sé

in vacanza (ma per i **cani** la percentuale sale al **38%**); la maggior parte (**58%**) preferisce affidarli alle cure di **amici, parenti e vicini**. Un altro **12%** paga una **struttura specializzata o persone** che si occupino di loro durante le vacanze.

Per il **56%** dei proprietari di animali domestici quando si deve scegliere la struttura ricettiva in cui trascorrere la vacanza conta l'accoglienza che alberghi/b&b/agriturismi riservano ai propri animali. Questo vale soprattutto per i proprietari di cani: il **71%** di essi sceglie la struttura in cui soggiornare in base alla possibilità di portare con sé i propri amici a quattro zampe.

**Animali come figli?** Non proprio...il **66%** degli intervistati ritiene che per quanto si possa voler bene a un cane o a un gatto, rimane pur sempre un animale. Tuttavia, tra i **proprietari di cani e gatti** il **44%** li considera come "figli" (contro il **34%** del totale campione).

# LE SPESE DEGLI ITALIANI PER I FIGLI E I «PET»



# LE SPESE DEGLI ITALIANI PER I FIGLI E I «PET»

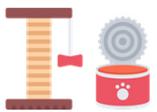
51%

Hanno un animale domestico



€ 45

Spesa media mensile per gli animali



87%

Fanno visitare e vaccinare regolarmente i propri animali



Base: hanno un cane e/o un gatto (240 casi)

66%

Animali domestici come figli?

Un cane o un gatto, per quanto gli si voglia bene, resta pur sempre un animale

Base: totale campione (502 casi)

In vacanza....

28% ...portano i propri animali

58% ...li affidano a parenti, amici, vicini

56% L'accoglienza degli animali domestici influisce sulla scelta della struttura

Base: hanno un animale in famiglia (257 casi)



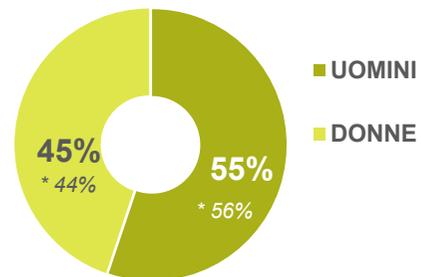
**CAMPIONE**



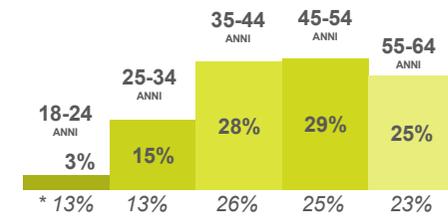
# CAMPIONE



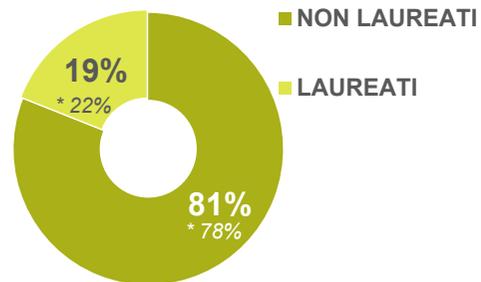
## SESSO



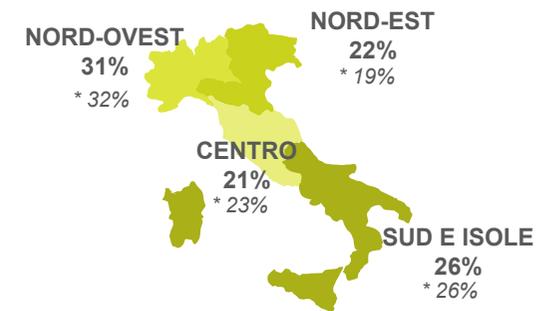
## ETÀ



## TITOLO DI STUDIO



## AREA GEOGRAFICA



Base: totale campione ponderato (502). Dato su base wave di marzo \* Dato non ponderato